



 **PODER DE MERCADO:
ESTUDO EM CLUBES DE FUTEBOL BRASILEIROS¹**

**MARKET POWER:
A STUDY IN BRAZILIAN FOOTBALL CLUBS**

**PODER DE MERCADO:
ESTUDIO EN CLUBES DE FÚTBOL BRASILEÑOS**

 **Isac de Freitas Brandão**

Doutor em Administração e Controladoria

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE 
Baturité, Ceará – Brasil
isacdefreitas@hotmail.com

 **Allan Pinheiro Holanda**

Doutor em Administração e Controladoria
Centro Universitário Fametro – UNIFAMETRO
Fortaleza, Ceará – Brasil
allanpholanda@yahoo.com.br

 **Ricardo Andrade Braga Junior**

Graduado em Ciências Contábeis
Centro Universitário Fametro – UNIFAMETRO
Fortaleza, Ceará – Brasil
ricardoabjr1@gmail.com

Resumo

Objetivo do estudo: Analisar o poder de mercado dos clubes participantes do Campeonato Brasileiro Série A no período 2018-2022, identificando características associadas à concentração de receita e sua relação com o desempenho esportivo.

Metodologia/abordagem: O poder de mercado foi mensurado pelo Indicador de Hirschman-Herfindahl, medido pela receita operacional. Por meio de testes estatísticos de associação, o poder de mercado foi categorizado em termos das perspectivas temporal, geográfica e de desempenho esportivo. Através de análise de regressão, foi estimado o efeito do poder de mercado sobre o desempenho futuro no Campeonato Brasileiro Série A.

Originalidade/Relevância: A pesquisa lança luzes sobre o poder de mercado dos clubes de futebol brasileiros, dada sua desigualdade observada nos últimos anos. Além disso, é analisado um setor muitas vezes relegado da economia brasileira, embora representasse 0,72% do PIB nacional em 2019.

Principais resultados: Os resultados indicam elevada concentração de poder de mercado, principalmente em clubes da região Sudeste do país e que apresentam melhor desempenho esportivo. Ademais, observou-se que esse poder de mercado é fator determinante para o sucesso esportivo futuro no Campeonato Brasileiro da Série A.

Contribuições teóricas/metodológicas: A pesquisa permitiu analisar o poder de mercado no futebol brasileiro, mostrando que características dos clubes podem estar associadas à concentração de receita e que essa elevada concentração pode estar afetando o nível de competitividade. Esses achados indicam a necessidade de melhorar a distribuição de receitas entre os clubes, a fim de reduzir a concentração de poder de mercado e tornar a liga brasileira mais forte e competitiva.

Palavras-chave: Futebol. Campeonato brasileiro série A. Indicador de Hirschman-Herfindahl. Poder de mercado.

Cite como

American Psychological Association (APA)

Brandão, I. de F., Holanda, A. P., & Braga Junior, R. A. (2024, set./dez.). Poder de mercado: Estudo em clubes de futebol brasileiros. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, São Paulo, 13(3), 485-507.
<https://doi.org/10.5585/podium.v13i3.26163>

¹ Uma versão inicial da pesquisa foi publicada nos Anais do XLVII Encontro da ANPAD.

Abstract

Study Objective: To analyze the market power of the clubs participating in the Brazilian Championship Series A during the period 2018-2022, identifying characteristics associated with revenue concentration and its relationship with sports performance.

Methodology/Approach: Market power was measured by the Hirschman-Herfindahl Index, measured by operating revenue. Through statistical association tests, market power was categorized in terms of temporal, geographical, and sports performance perspectives. Regression analysis estimated the effect of market power on future performance in the Brazilian Championship Series A.

Originality/Relevance: The research sheds light on the market power of Brazilian football clubs, given its observed inequality in recent years. Furthermore, it analyzes a sector often overlooked in the Brazilian economy, although it represented 0.72% of the national GDP in 2019.

Main Results: The results indicate a high concentration of market power, especially in clubs from the Southeast region of the country and those with better sports performance. Additionally, it was observed that this market power is a determining factor for future sports success in the Brazilian Championship Series A.

Theoretical/Methodological Contributions: The research allowed for the analysis of market power in Brazilian football, showing that club characteristics may be associated with revenue concentration, and that this high concentration may be affecting the level of competitiveness. These findings indicate the need to improve revenue distribution among clubs in order to reduce market power concentration and make the Brazilian league stronger and more competitive.

Keywords: Soccer. Brazilian championship series A. Hirschman-Herfindahl index. Market power.

Resumen

Objetivo del estudio: Analizar el poder de mercado de los clubes participantes en el Campeonato Brasileño Serie A durante el período 2018-2022, identificando características asociadas con la concentración de ingresos y su relación con el rendimiento deportivo.

Metodología/Enfoque: El poder de mercado se midió mediante el Índice de Hirschman-Herfindahl medido en términos de ingresos operativos. A través de pruebas de asociación estadística, el poder de mercado se categorizó en términos de perspectivas temporales, geográficas y de rendimiento deportivo. El análisis de regresión estimó el efecto del poder de mercado en el rendimiento futuro en el Campeonato Brasileño Serie A.

Originalidad/Relevancia: La investigación arroja luz sobre el poder de mercado de los clubes de fútbol brasileños, dada su desigualdad observada en los últimos años. Además, analiza un sector frecuentemente pasado por alto en la economía brasileña, aunque representaba 0,72% del PIB nacional en 2019.

Resultados Principales: Los resultados indican una alta concentración de poder de mercado, especialmente en clubes de la región Sudeste del país y aquellos con mejor rendimiento deportivo. Además, se observó que este poder de mercado es un factor determinante para el éxito deportivo futuro en el Campeonato Brasileño Serie A.

Contribuciones Teóricas/Metodológicas: La investigación permitió analizar el poder de mercado en el fútbol brasileño, mostrando que las características del club pueden estar asociadas con la concentración de ingresos, y que esta alta concentración puede estar afectando el nivel de competitividad. Estos hallazgos indican la necesidad de mejorar la distribución de ingresos entre los clubes para reducir la concentración de poder de mercado y hacer que la liga brasileña sea más fuerte y competitiva.

Palabras clave: Fútbol. Campeonato brasileño Serie A. Índice de Hirschman-Herfindahl. Poder de mercado.



1 Introdução

Estudo realizado pela Ernst & Young (2019) evidenciou que o futebol representa 0,72% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil. Esse resultado corrobora a importância do setor para a economia brasileira e desperta a atenção para como esse mercado vem se estruturando.

Todavia, é possível observar elevada concentração das receitas do mercado do futebol brasileiro, visto que clubes como Flamengo e Palmeiras dominam os *rankings* de receitas nos últimos anos, chegando a receber aproximadamente duas vezes mais receitas do que o terceiro colocado no *ranking* do ano de 2021 (Ernst & Young, 2022). Considerando o período de 2017 a 2021, a concentração dos cinco clubes com maior receita foi de 46% (Flamengo, Palmeiras, Corinthians, Grêmio e São Paulo) (Ernst & Young, 2022).

De acordo com Mourão & Teixeira (2015), equipes com maiores receitas tendem a dominar as competições, criando um ciclo de incremento de receitas de televisão, direitos, patrocínios, prêmios de jogos, dentre outros tipos de receitas. Isso se dá porque as equipes mais bem classificadas, ao manterem ou incrementarem suas receitas, acabam por contratar os melhores jogadores e, assim, podem permanecer no topo das classificações dos campeonatos (Mourão & Teixeira, 2015). No caso brasileiro, é observado que Flamengo e Palmeiras conquistaram cinco das últimas seis edições do Campeonato Brasileiro Série A (2018, 2019, 2020, 2022 e 2023), além de quatro das últimas cinco edições da Copa Libertadores da América (2019 a 2022).

Ademais, de acordo com Holanda (2022), em setores ou economias concentrados, surgem firmas com grande poder de mercado, ou seja, firmas com maior participação nas receitas do setor desfrutam de maior poder sociopolítico do que as demais, podendo direcionar as práticas do mercado e se sobrepor às demais firmas.

Estudos internacionais sobre a concentração em clubes de futebol centraram a investigação em campeonatos na Europa, como Mourão & Teixeira (2015), Pérez-González et al. (2016), Triguero-Ruiz & Avila-Cano (2018) e Yurkiv (2020). No Brasil, um único estudo investigou a concentração em clubes de futebol, realizado por Levy (2011).

As pesquisas utilizam o índice de Hirschman-Herfindahl (IHH) para mensuração da concentração em um setor ou economia. Dentre as pesquisas brasileiras que utilizaram o IHH, destacam-se: Carvalho et al. (2005), que investigaram o setor de madeira e papel; Bottazzini & Calado (2011), que analisaram o setor de tecnologia; Wander & Assunção (2014), que pesquisaram o setor agrícola; Carvalho et al. (2015), que examinaram o setor portuário; Souza

et al. (2018), que pesquisaram o setor de aviação civil; Campeão et al. (2020), que investigaram empresas que comercializam soja no Brasil; e Andrade (2022), que analisou operadoras de planos de saúde.

Com base nesse contexto, emergem os seguintes problemas de pesquisa: De que forma se comporta o poder de mercado, medido pelo índice de Hirschman-Herfindahl (IHH), do setor de futebol brasileiro? Além disso, esse poder afeta o desempenho esportivo?

A pesquisa tem como objetivo analisar o poder de mercado dos clubes participantes do Campeonato Brasileiro Série A, identificando características associadas à concentração de receita e sua relação com o desempenho esportivo. A relevância da pesquisa consiste em lançar luz sobre o poder de mercado dos clubes de futebol brasileiros. Além disso, a pesquisa inova ao utilizar um setor muitas vezes relegado da economia brasileira, mas que representa uma parcela considerável do PIB nacional, como pode ser constatado na pesquisa da Ernst & Young (2019). Ademais, sendo o futebol brasileiro considerado um setor concentrado, a possibilidade de os clubes com maior poder de mercado em comparação aos demais acabarem se sobressaindo dentro das competições e na disputa por títulos torna-se real, reduzindo a competitividade desse mercado. Os resultados desta pesquisa permitirão uma análise mais realista dessa realidade, embasada em dados coletados das demonstrações financeiras divulgadas pelos clubes e analisadas por meio de ferramentas estatísticas.

Analisou-se o poder de mercado dos clubes que participaram do Campeonato Brasileiro Série A entre os anos de 2018 e 2022, medido pelo IHH, sob perspectivas relacionadas a evolução temporal, região e desempenho nos principais campeonatos (Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil e Copa Libertadores da América), bem como o efeito desse poder de mercado sobre o desempenho futuro dos clubes no Campeonato Brasileiro Série A. Os resultados indicam elevada concentração de poder no mercado futebolístico brasileiro, principalmente em clubes da região Sudeste do país e que apresentam melhor desempenho esportivo. Ademais, é observado que esse poder de mercado é um fator determinante para o sucesso esportivo no Campeonato Brasileiro da Série A, o que pode estar contribuindo para a redução da competitividade do futebol brasileiro.

2 Referencial teórico

A relação entre o poder de mercado de uma firma e a concentração setorial está intimamente ligada: em setores concentrados, surgem firmas com alto poder de mercado, enquanto em setores pouco concentrados, surge a figura da concorrência perfeita, em que não há uma firma com grande participação no setor nem com grande poder de mercado. Parte-se do argumento proposto por Holanda (2022), no qual a concentração em um setor cria firmas com alto poder de mercado, o que pode fazer com que essas firmas dominem o mercado e possam ditar os rumos do setor.

De acordo com Coelho & Aguiar (2008) e Coelho et al. (2011), o poder de mercado de uma firma está alicerçado na ideia de que firmas com maior participação nas receitas do setor possuem um maior poder sociopolítico, podendo direcionar o rumo de decisões que afetem práticas de mercado, conexões sociopolíticas e articulações socioeconômicas. Por outro lado, setores sem firmas com alto poder de mercado aproximam-se do equilíbrio entre os pares. Trazendo tal argumento para o setor do futebol em conjunto com a ideia proposta por Mourão & Teixeira (2015), pode-se ponderar que clubes com maior poder tendem a dominar o setor, tanto economicamente quanto futebolisticamente.

No campo econômico, os clubes com maior poder de mercado tendem a atrair maiores receitas referentes a direitos televisivos e patrocínios, pois terão maior poder para negociar condições mais favoráveis em contratos. No que tange à questão futebolística, com maior quantidade de recursos é possível contratar os melhores jogadores e assim conseguir melhores campanhas nos campeonatos, o que inevitavelmente trará mais receitas aos clubes, como venda de ingressos, venda de jogadores e premiações.

De acordo com Tevdovski et al. (2022), um dos benefícios gerados pela conquista de grande poder de mercado é a possibilidade de as firmas influenciarem as decisões dos governos. Um exemplo no campo do futebol foi a influência do Flamengo para a aprovação da Lei 14.205/2021, a qual versa sobre a quem pertencem os direitos de transmissão de uma partida.

A mensuração mais utilizada para identificar concentração de mercado em um setor da economia e, por conseguinte, o poder de mercado de uma firma, é o IHH. De acordo com Naldi & Flamini (2014), o índice não deriva de pesquisa publicada, mas das atividades dos economistas Albert O. Hirschman e Orris C. Herfindahl por volta dos anos 1940, que, de maneira independente, desenvolveram o indicador para instruir seus trabalhos de assessoramento econômico.

Estudos internacionais sobre a concentração em clubes de futebol se centraram na investigação em campeonatos na Europa, como os estudos de Mourão & Teixeira (2015), Pérez-González et al. (2016), Triguero-Ruiz & Avila-Cano (2018) e Yurkiv (2020). No Brasil, até a elaboração deste trabalho, o único estudo que investigou a concentração em clubes de futebol foi a pesquisa de Levy (2011).

Mourão & Teixeira (2015) buscaram investigar se fatores econômicos impactavam a concentração em seis campeonatos nacionais de países europeus – Alemanha, Inglaterra, França, Itália, Espanha e Ucrânia. Os autores inferiram que variáveis econômicas relacionadas à desigualdade de renda estão associadas a maior concentração nos campeonatos analisados.

Pérez-González et al. (2016) compararam o nível de concentração nos campeonatos nacionais da Alemanha, França, Espanha, Inglaterra e Itália. O campeonato mais concentrado foi o inglês, enquanto o mais equilibrado foi o francês.

Triguero-Ruiz & Avila-Cano (2018) avaliaram a evolução do nível de concentração nos campeonatos nacionais da Alemanha, França, Espanha, Inglaterra e Itália. Os achados indicaram uma tendência de aumento na concentração nos campeonatos analisados. Segundo os autores, a única exceção na tendência de aumento na concentração foi encontrada no campeonato italiano.

Yurkiv (2020) buscou avaliar o efeito da concentração nos campeonatos nacionais da Alemanha, França, Inglaterra e Itália na participação do público. O autor inferiu que a concentração do campeonato diminui a participação do público.

O estudo de Levy (2011) comparou a concentração do Campeonato Brasileiro Série A com as nove principais ligas europeias – Bélgica, Inglaterra, Alemanha, Holanda, França, Itália, Portugal, Escócia e Espanha. O autor concluiu que a redução da concentração é relevante para campeonatos mais fracos (Bélgica, Holanda, Portugal, Escócia), mas não para os cinco melhores (Alemanha, Espanha, França, Inglaterra, Itália).

Outros trabalhos analisaram a relação entre desempenho esportivo e desempenho financeiro dos clubes de futebol brasileiro. O desempenho financeiro, embora não seja um índice de concentração de mercado, está relacionado ao poder de mercado financeiro. Os resultados, entretanto, não apresentaram uma relação consistente entre desempenho financeiro e esportivo, considerando períodos anteriores a 2018 (Eça et al., 2018; Gonçalves et al., 2020).

3 Metodologia

3.1 Amostra

A população da pesquisa foram os clubes que participam do 'Campeonato Brasileiro Série A'. A amostra foi composta pelos participantes das últimas cinco edições do campeonato (2018 a 2022). Esse período foi escolhido devido à observação de uma maior concentração de receita e desempenho dos clubes a partir de 2018. A coleta de dados ocorreu no primeiro semestre de 2023. A amostra final, conforme observado no Quadro 1, contempla 29 clubes e 100 observações (20 clubes em cada edição do campeonato). Não houve exclusão de nenhum clube devido à indisponibilidade de dados.

Quadro 1

Composição da Amostra da Pesquisa

Clube	Participação	Clube	Participação
América-MG	2018, 2021 e 2022	Athletico-PR	2018 a 2022
Atlético-GO	2020 a 2022	Atlético-MG	2018 a 2022
Avaí-SC	2019 e 2022	Bahia-BA	2018 a 2021
Botafogo-RJ	2018, 2019, 2020 e 2022	Ceará-CE	2018 a 2022
Chapecoense-SC	2018, 2019 e 2021	Corinthians-SP	2018 a 2022
Coritiba-PR	2020 e 2022	Cruzeiro-MG	2018 e 2019
CSA-AL	2019	Cuiabá-MT	2021 e 2022
Flamengo-RJ	2018 a 2022	Fluminense-RJ	2018 a 2022
Fortaleza-CE	2019 a 2022	Goiás-GO	2019, 2020 e 2022
Grêmio-RS	2018 a 2021	Internacional-RS	2018 a 2022
Juventude-RS	2021 e 2022	Palmeiras-SP	2018 a 2022
Paraná-PR	2018	Red Bull Bragantino-SP	2020 a 2022
Santos-SP	2018 a 2022	São Paulo-SP	2018 a 2022
Sport-PE	2018, 2020 e 2021	Vasco da Gama-RJ	2018 a 2020
Vitória-BA	2018		

Fonte: Elaboração própria.

Para fins de análise, a amostra da pesquisa foi segregada em subamostras. O período de 2018 a 2021 foi utilizado para caracterização do poder de mercado dos clubes analisados. Para verificar o efeito do poder de mercado sobre o desempenho futuro, foi utilizado o período de 2019 a 2022.

3.2 Categorização do poder de mercado

O poder de mercado de cada clube foi mensurado pelo indicador IHH, que avalia a concentração com os dados das empresas de um determinado setor. O índice é baseado na seguinte formulação:

$$IHH_i = (REC_i / \sum_{i=1}^n REC_i)^2 \quad (1)$$

Em que:

IHH_i: Poder de Mercado da Firma *i*;

REC_{*i*}: Receita Operacional Líquida da Empresa *i*;

$\sum_{i=1}^n REC_i$: Somatório da Receita Operacional Líquida das empresas de determinado setor.

A receita líquida dos clubes foi coletada dos relatórios anuais e das demonstrações contábeis dos clubes amostrados, disponíveis em seus *sites* institucionais. Para cada ano, foi calculado o IHH de cada clube, conforme a Equação 1, tendo como referência para a receita operacional do setor o somatório da receita operacional líquida dos vinte clubes que participaram do Campeonato Brasileiro Série A em cada ano.

O IHH dos clubes brasileiros foi categorizado para o período de 2018 a 2021 sob as perspectivas da evolução temporal, região do país, posição no Campeonato Brasileiro, participação em torneios eliminatórios (Copa do Brasil e Libertadores da América) e títulos em Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil ou Libertadores da América. Além da estatística descritiva, foram utilizadas Análise de Correspondência, Análise de Correlação (paramétricas e não paramétricas) e Testes de Diferenças de Médias U de Mann-Whitney para testar a associação entre o IHH e as perspectivas utilizadas na pesquisa.

A Análise de Correspondência foi utilizada conforme proposto por Fávero, Belfiore, Silva & Chan (2009), os quais afirmam que seu emprego é baseado na utilização de variáveis categóricas. As correspondências apresentadas são apoiadas na dependência entre as variáveis utilizadas, cuja significância é inferida por meio de teste (χ^2). Em razão dessa exigência, o IHH foi dividido em quartis. As demais variáveis utilizadas já apresentam natureza categórica.

3.3 Relação entre poder de mercado e desempenho esportivo

A análise do efeito do IHH sobre o desempenho esportivo futuro foi processada por meio de análise de regressão, considerando como amostra os clubes integrantes da série A do Campeonato Brasileiro no período de 2019 a 2022, conforme a Equação 2:

$$DESEMP_{i,t} = \alpha + \beta_1 IHH_{i,t-1} + \beta_2 DESEMP_{i,t-1} + \beta_3 DIVREC_{i,t-1} + \beta_4 TAM_{i,t-1} + \varepsilon \quad (2)$$

Em que:

α : Intercepto;

$DESEMP_{i,t}$: Desempenho do clube i no ano t no Campeonato Brasileiro Série A;

$IHH_{i,t}$: Poder de Mercado do clube i no ano $t-1$;

$DESEMP_{i,t-1}$: Desempenho do clube i no ano $t-1$ no Campeonato Brasileiro Série A;

$DIVREC_{i,t-1}$: Relação dívida/receita do clube i no ano $t-1$ no Campeonato Brasileiro Série A;

$TAM_{i,t-1}$: Tamanho do clube i no ano $t-1$ no Campeonato Brasileiro Série A;

ε : Termo de erro.

Na Equação 1, a variável dependente é o desempenho do clube no ano corrente (2019 a 2022), medido por meio de duas *proxies*: pontuação final e classificação final. A variável explicativa de interesse é o poder de mercado do clube no ano anterior (2018 a 2021), medido pelo IHH. A hipótese levantada, com base na literatura, é que:

H1: clubes que apresentem maior poder de mercado terão mais condições financeiras para investimento em infraestrutura e contratação/manutenção de elenco, o que influenciaria positivamente o resultado do clube na temporada seguinte.

Além do IHH, foram incluídas na Equação 2 como variáveis de controle três características que podem afetar o desempenho esportivo: o desempenho no período anterior, uma vez que elencos vencedores tendem a servir de base para o planejamento do ano seguinte, o que afetaria positivamente o desempenho presente; a relação entre a dívida e a receita do ano anterior, que reflete o nível de comprometimento das receitas do clube com dívidas e pode afetar negativamente a capacidade de investimento e, conseqüentemente, prejudicar o desempenho esportivo; e o tamanho do clube no período anterior, medido pelo logaritmo natural do ativo total no ano anterior, que pode estar relacionado a uma melhor estrutura e elenco mais valioso, o que também pode contribuir com o desempenho esportivo.

Para definir a modelagem de estimação mais adequada para a análise de regressão, foram processados testes F para presença de efeitos fixos dos clubes, Breusch-Pagan para presença de efeitos aleatórios e Hausman para escolha entre efeitos fixos ou efeitos aleatórios. Os resultados indicam ausência de efeitos fixos e aleatórios, motivo pelo qual as estimações foram processadas em mínimos quadrados ordinários.

A ausência de colinearidade foi testada por meio do fator de inflação de variância (VIF) e correlação bivariável entre as variáveis independentes. A ausência de autocorrelação serial e heterocedasticidade dos resíduos foram avaliadas, respectivamente, por meio dos testes de

Cumby-Huizinga (actest) e Breusch-Pagan (hetttest). Os resultados dos testes indicam que os pressupostos da análise de regressão não foram violados.

4 Resultados

4.1 Poder de mercado dos clubes brasileiros

O poder de mercado foi mensurado pelo IHH da receita operacional líquida para o período de 2018 a 2021 dos 20 clubes que participaram do 'Campeonato Brasileiro Série A' durante os anos analisados. A seguir, são apresentados os principais pontos da análise descritiva realizada, destacando a receita operacional dos clubes e o valor do IHH.

Na Tabela 1 é apresentada a evolução da receita total dos clubes no período analisado. Observa-se uma evolução da receita total, de aproximadamente R\$ 4,9 bilhões em 2018 para R\$ 6,4 bilhões em 2021, com um incremento médio de 11% ao ano. Essa variação anual pode ser considerada elevada, uma vez que corresponde a mais de 10 vezes o aumento médio do PIB brasileiro no mesmo período. O único ano em que não houve crescimento da receita anual foi 2020, o que pode ser explicado pelo início da pandemia da COVID-19, que impactou as receitas de todos os clubes, tanto pelo fechamento de estádios como pela prorrogação do final da temporada para o ano de 2021.

Tabela 1

Evolução das Receitas do Mercado

Ano	Receita Total	Varição
2018	R\$ 4.912.497.029	-
2019	R\$ 5.888.560.801	20%
2020	R\$ 5.056.142.651	-14%
2021	R\$ 6.434.021.721	27%

Fonte: Elaboração própria

Na Tabela 2 são indicados os 3 clubes com as maiores receitas e os 3 clubes com as menores receitas a cada ano. Em média, o faturamento do clube com menor receita representa 7% do faturamento do clube com a maior receita. O ano de 2020 pode ser considerado o de menor concentração de receita, pois a relação entre os faturamentos dos clubes com menor e maior receita foi de 8%. Em 2021, por outro lado, essa razão atingiu o menor valor do período analisado, de aproximadamente 6%.

É possível observar ainda na Tabela 2 que os clubes com menores receitas geralmente são os clubes recém-promovidos ao 'Campeonato Brasileiro Série A', ou seja, disputaram o 'Campeonato Brasileiro Série B' no ano anterior. No outro extremo, Flamengo-RJ e Palmeiras-SP estão presentes em todos os anos entre os clubes com maiores receitas, corroborando o estudo da Ernst & Young (2022).

Tabela 2

Menores e Maiores Receitas

Ano	Ranking	Clube	Receita
2018	Menores	Paraná-PR	R\$ 48.670.000
		América-MG	R\$ 56.689.030
		Ceará-CE	R\$ 64.787.133
	Maiores	Corinthians-SP	R\$ 446.376.000
		Flamengo-RJ	R\$ 516.781.000
		Palmeiras-SP	R\$ 653.850.000
2019	Menores	CSA-AL	R\$ 59.033.280
		Avaí-SC	R\$ 70.840.177
		Chapecoense-SC	R\$ 73.901.000
	Maiores	Grêmio-RS	R\$ 406.571.000
		Palmeiras-SP	R\$ 641.915.000
		Flamengo-RJ	R\$ 914.041.000
2020	Menores	Atlético-GO	R\$ 51.240.864
		Sport-PE	R\$ 51.374.633
		Fortaleza-CE	R\$ 77.300.085
	Maiores	Palmeiras-SP	R\$ 532.419.000
		Atlético-MG	R\$ 615.814.000
		Flamengo-RJ	R\$ 644.093.000
2021	Menores	Cuiabá-MT	R\$ 63.715.302
		Juventude-RS	R\$ 68.173.275
		Chapecoense-SC	R\$ 70.289.000
	Maiores	Atlético-MG	R\$ 494.236.000
		Palmeiras-SP	R\$ 910.029.000
		Flamengo-RJ	R\$ 1.025.428.000

Fonte: Elaboração própria.

Na tabela 3 é apresentada a estatística descritiva do IHH dos clubes analisados. O IHH máximo registrado na amostra foi do Flamengo-RJ (2021), correspondente a 254 vezes o IHH mínimo, pertencente aos clubes Paraná-PR (2018) e Cuiabá-MT (2021). Além disso, foi identificada uma alta dispersão dos dados ao longo da distribuição, uma vez que o desvio padrão é superior à média.

Tabela 3

Estatística Descritiva do IHH

Mínimo	0,00010
Máximo	0,02540
Média	0,00384
Desvio Padrão	0,00540
N	80

Fonte: Elaboração própria.

4.2 Categorização do poder de mercado

Os resultados das Tabelas 2 e 3 indicam que o mercado de futebol brasileiro nos últimos anos apresenta elevada concentração de receita, *proxy* utilizada para o poder de mercado, corroborando os estudos da Ernst & Young (2019, 2022). A seguir, será mostrada uma análise mais detalhada da distribuição do IHH no futebol brasileiro, em função do tempo, da localização geográfica e do desempenho esportivo.

A análise temporal indica que houve crescimento do IHH entre 2018 e 2021, conforme pode ser visto na Tabela 4. Entretanto, o teste de diferença de médias (Kruskal-Wallis) mostrou que não há diferenças significativas nas médias analisadas.

Tabela 4

Segregação do IHH Por Ano

Posição	N	Média	Kruskal-Wallis (Z)
2018	20	0,00362	0,091
2019	20	0,00376	
2020	20	0,00382	
2021	20	0,00415	

Fonte: Elaboração própria.

Quando os clubes analisados são segregados pela região geográfica, conforme apresentado na Tabela 5, observa-se que os clubes da região Sudeste possuem o maior IHH, seguidos pelos clubes da região Sul, Nordeste e Centro-Oeste, nessa ordem. Durante o período de 2018 a 2021, nenhum clube da região Norte disputou o 'Campeonato Brasileiro Série A'. O teste de Kruskal-Wallis (Z) confirma que há diferença entre as médias de IHH por região geográfica.

Tabela 5

Segregação do IHH Por Região

Região	N	Média	Kruskal-Wallis (Z)
Centro-Oeste	5	0,00019	
Nordeste	16	0,00041	33,627*
Sudeste	40	0,00630	
Sul	19	0,00249	

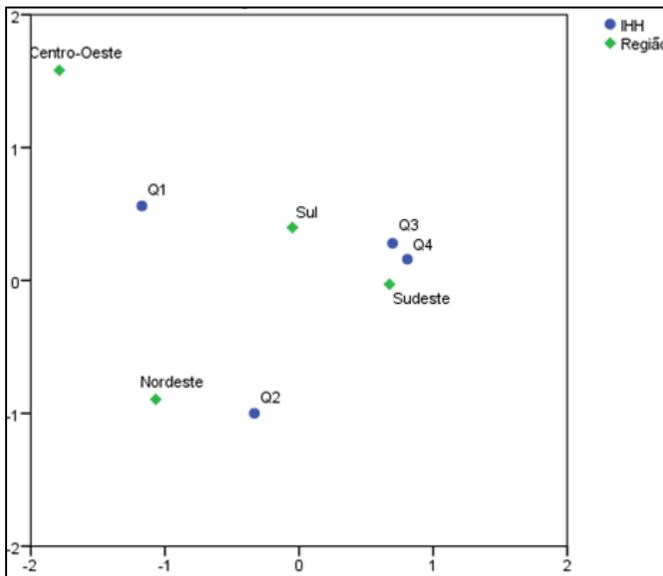
Significância: 1% (*)

Fonte: Elaboração própria.

Para se obter uma análise mais precisa da associação entre IHH e região geográfica, a amostra de cada ano foi segregada em quatro quartis, de acordo com o IHH, sendo Q1 os clubes com menor IHH e Q4 os clubes com maior IHH. Em seguida, foi realizada uma análise de correspondência entre esses quartis do IHH e a região geográfica dos clubes.

Figura 1

Mapa Perceptual para Região × IHH



Fonte: Elaboração própria.

Na Figura 1, é possível observar o mapa perceptual resultante da análise de correspondência, que corrobora os achados mostrados na Tabela 5, indicando que clubes da região Sudeste estão mais próximos dos maiores IHH, representados pelos Quartis 3 e 4. A associação do IHH com a região Sudeste do país pode ser explicada pelo fato de esta ser a

região com maior poder aquisitivo do Brasil e concentrar a maior parte da população brasileira, além dos clubes com maior tradição em disputar o 'Campeonato Brasileiro Série A'.

As distâncias dos demais pontos não permitem identificar associações relevantes entre IHH e região geográfica, embora se perceba que a região Nordeste está mais próxima do quartil 2 e que a região Centro-Oeste está mais próxima do quartil 1 (menores IHH). A região Sul, por sua vez, encontra-se entre os quartis 3, 4 e 1.

Outro fator que pode estar associado ao IHH é o desempenho esportivo dos clubes. Na Tabela 6, é mostrada a análise de correlação (paramétrica e não paramétrica) entre a posição do clube no 'Campeonato Brasileiro Série A' e o IHH. Conforme esperado, é percebido que uma melhor posição no campeonato está fortemente correlacionada com um maior poder de mercado, com significância estatística em nível de 1%.

Tabela 6

Correlação IHH e posição no 'Campeonato Brasileiro Série A'

Correlação	Posição × IHH
Pearson	0,661*
Spearman	0,716*

Significância: 1% (*)

Fonte: Elaboração própria.

Quando os clubes são segregados pela sua posição no 'Campeonato Brasileiro Série A' em quartis, conforme evidenciado na Tabela 7, é possível perceber uma grande discrepância nas médias de IHH entre os grupos. O IHH dos clubes mais bem colocados (1-5), em média, é 12 vezes superior ao IHH dos clubes que ficaram nas últimas posições (16-20). O teste de Kruskal-Wallis (Z) corrobora o argumento de que a posição no Campeonato Brasileiro está associada ao IHH dos clubes.

Tabela 7

Segregação do IHH por posição no 'Campeonato Brasileiro Série A'

Posição	N	Média	Kruskal-Wallis (Z)
16-20	20	0,00080	36,243*
11-15	20	0,00203	
6-10	20	0,00295	
1-5	20	0,00957	

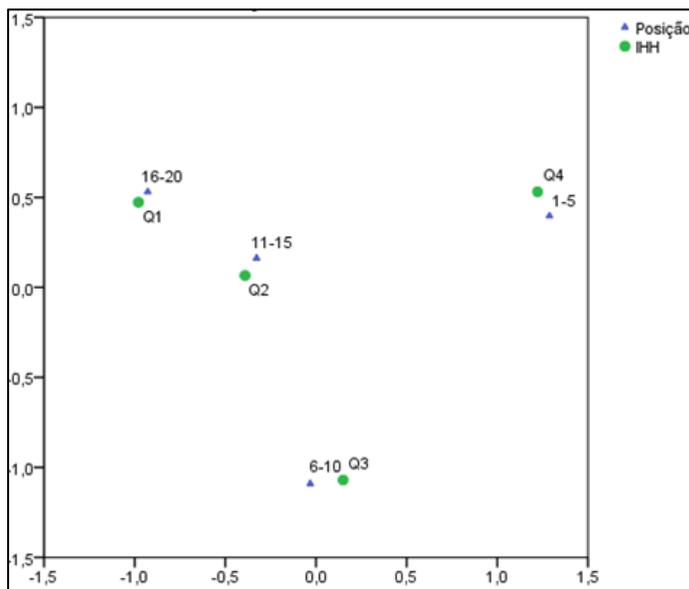
Significância: 1% (*)

Fonte: Elaboração própria.

Os resultados da Análise de Correspondência entre os quartis de IHH e posição no Campeonato Brasileiro confirmam o quão interdependentes são essas variáveis. O mapa perceptual da Figura 2 revela uma associação quase perfeita: clubes que ficaram entre as posições 1 e 5 estão associados ao quartil 4 do IHH (maiores IHH); clubes que ficaram entre as posições 6 e 10 estão associados ao quartil 3 do IHH; clubes que ficaram entre as posições 11 e 15 estão associados ao quartil 2 do IHH; e clubes que ficaram entre as posições 16 e 20 estão associados ao quartil 1 do IHH (menores IHH).

Figura 2

Mapa Perceptual para Posição 'Campeonato Brasileiro Série A' × IHH



Fonte: Elaboração própria.

Tendo como base as três técnicas estatísticas utilizadas, pode-se afirmar que existe uma associação positiva entre o IHH e a posição no 'Campeonato Brasileiro Série A', indicando que os clubes com maior poder de mercado, invariavelmente, estão nas melhores posições do campeonato. O sucesso esportivo pode contribuir para maiores premiações, engajamento do torcedor e receitas de bilheteria, o que eleva a receita total e a participação (poder) de mercado do clube.

Além do Campeonato Brasileiro, foram analisadas as interações cruzadas da presença entre os 8 mais bem classificados da Copa do Brasil e clubes que participaram da Copa Libertadores da América com o IHH. Para realizar essa análise, foram criados 4 grupos decorrentes das interações: Grupo 1, para clubes que não ficaram entre os 8 mais bem

classificados na Copa do Brasil e nem participaram da Copa Libertadores da América; Grupo 2, para clubes que ficaram entre os 8 mais bem classificados na Copa do Brasil, mas não participaram da Copa Libertadores da América; Grupo 3, para clubes que não ficaram entre os 8 mais bem classificados na Copa do Brasil, mas participaram da Copa Libertadores da América; e Grupo 4, para clubes que ficaram entre os 8 mais bem classificados na Copa do Brasil e participaram da Copa Libertadores da América.

Conforme mostrado na Tabela 8, é possível observar que a maior parte dos clubes que participaram da Copa Libertadores da América também ficaram entre os mais bem classificados da Copa do Brasil e que esses clubes apresentam maior IHH. Por outro lado, a maior parte dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro ficou ausente das finais da Copa do Brasil e da Copa Libertadores da América, apresentando baixo IHH. O teste de Kruskal-Wallis (Z) confirma que há diferença estatisticamente significativa entre o IHH dos quatro grupos analisados.

Tabela 8

IHH e Participação na Copa do Brasil e na Copa Libertadores da América

Participação Top 8 Copa do Brasil e Copa Libertadores da América	N	Média	Kruskal-Wallis (Z)
Nenhum dos dois	45	0,00172	
Só Top 8 da Copa do Brasil	7	0,00138	34,510*
Só Copa Libertadores da América	5	0,00636	
Top 8 Copa do Brasil e Copa Libertadores da América	23	0,00818	

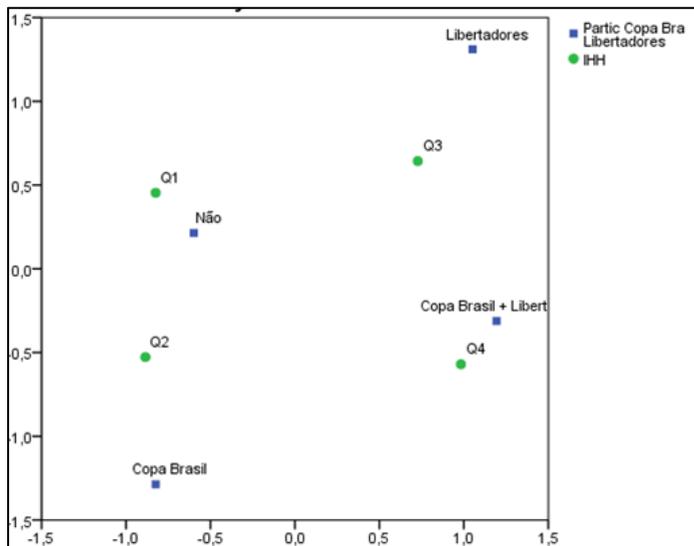
Significância: 1% (*)

Fonte: Elaboração própria.

A Figura 3 representa o mapa perceptual da análise de correspondência entre os quartis de IHH e a participação nas copas (do Brasil e Libertadores da América). Os achados corroboram o teste de diferenças de médias, uma vez que clubes que estão no Grupo 4 (participação nas fases finais da Copa do Brasil e na Copa Libertadores da América) estão associados ao maior IHH, enquanto os clubes do Grupo 1 (ausência das fases finais da Copa do Brasil e da Copa Libertadores da América) estão associados ao menor IHH. A participação apenas na Libertadores (Grupo 3) parece ser mais benéfica para a receita dos clubes do que a participação apenas nas fases finais da Copa do Brasil (Grupo 2), uma vez que aquele está mais próximo do Q3 de IHH e este mais próximo do Q2 de IHH.

Figura 3

Mapa Perceptual Para Participação em Copas \times IHH



Fonte: Elaboração própria.

De forma semelhante ao desempenho no Campeonato Brasileiro, a participação nas fases finais da Copa do Brasil e a participação na Libertadores trazem aos clubes um incremento no faturamento, decorrente tanto da participação nas competições quanto de patrocínio e bilheterias. Esse fato pode explicar o motivo de a participação nas fases finais da Copa do Brasil e a participação na Libertadores estarem associadas a um maior IHH.

A última análise da categorização do IHH buscou verificar sua associação com a conquista dos títulos das três principais competições (Campeonato Brasileiro Série A, Copa do Brasil e Copa Libertadores da América).

A Tabela 9 apresenta os resultados do teste de diferenças de médias quando a amostra é segregada em clubes campeões no Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil ou Copa Libertadores da América a cada ano. Os resultados apresentados permitem inferir, de maneira significativa, que clubes com títulos possuem um IHH quase 4,5 vezes maior do que os clubes que não ganharam nenhum dos 3 campeonatos nos quatro anos analisados. Uma análise qualitativa ajuda a compreender esses resultados: de um total de 11 títulos no período de 2018 a 2021 (a Copa Libertadores da América de 2018 foi conquistada pelo River Plate, da Argentina), Palmeiras-SP (quatro) e Flamengo-RJ (três) são os clubes mais vencedores e que também lideram o *ranking* de receita no período.

Tabela 9

IHH e Títulos do Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil e Copa Libertadores da América

Campeão	N	Média	Mann-Whitney (Z)
Não	72	0,00282	-3,817*
Sim	8	0,01296	

Significância: 1% (*)

Fonte: Elaboração própria.

4.6 IHH e desempenho futuro

Para verificar se o IHH realmente representa o poder de mercado dos clubes brasileiros, em termos esportivos, foi investigada, por meio de análise de regressão, a relação do IHH dos clubes no período 2018-2021 sobre o desempenho no ‘Campeonato Brasileiro Série A’ dos anos de 2019-2022. Portanto, a amostra utilizada é diferente dos resultados apresentados anteriormente, uma vez que é composta pelos clubes que participaram das edições de 2019 a 2022.

Conforme apresentado na Tabela 10, foram processadas quatro estimações, utilizando como *proxies* de desempenho a posição (estimações 1 e 2) e a pontuação (estimações 3 e 4). A significância dos testes F indicou que os modelos são válidos, além disso, foi possível constatar que os modelos possuem bom poder explicativo, já que o R^2 é maior que 30% entre todos os processamentos.

O principal resultado evidenciado na Tabela 10 é que o IHH afeta positivamente e de maneira significativa a posição e a pontuação na edição seguinte do ‘Campeonato Brasileiro Série A’, sendo resultado robusto à forma de mensuração do desempenho futuro e à inclusão de variáveis de controle, o que confirma a hipótese da pesquisa. Esses resultados sugerem que clubes com maior IHH têm maior poder de mercado futebolístico brasileiro, influenciando seu desempenho futuro. Esse resultado vai ao encontro da afirmação de Mourão & Teixeira (2015) de que os clubes com maiores receitas poderão dominar as competições, gerando ainda mais receitas, o que pode aumentar a concentração esportiva e financeira do futebol brasileiro. Na prática, para os anos de 2018 a 2022, foi observado um domínio de Flamengo-RJ e Palmeiras-SP, clubes com maiores receitas e títulos em competições nacionais e continentais.

As variáveis defasadas posição e pontuação no ‘Campeonato Brasileiro Série A’ não obtiveram significância estatística, indicando que desempenho passado não interfere no desempenho futuro, o que reforça a relevância do resultado encontrado para a associação entre IHH e desempenho futuro. As variáveis de controle relação dívidas/receitas e o tamanho, por sua vez, relacionaram-se à posição e à pontuação na edição seguinte do ‘Campeonato Brasileiro

Série A': enquanto a primeira apresentou relação significativa em nível de 5% e de maneira negativa com as duas variáveis dependentes, a segunda variável de controle apresentou relação positiva e significância em nível de 1%. Esses achados sugerem que clubes mais endividados possuem pior desempenho esportivo e clubes maiores possuem melhor desempenho.

Tabela 10

IHH e Desempenho Esportivo Futuro

Variáveis Independentes	Variáveis Dependentes			
	(1) Posição no 'Campeonato Brasileiro Série A' t	(2) Posição no 'Campeonato Brasileiro Série A' t	(3) Pontuação no 'Campeonato Brasileiro Série A' t	(4) Pontuação no 'Campeonato Brasileiro Série A' t
IHH $t-1$	533,787* (85,375)	239,085** (104,937)	1.330,147* (206,171)	679,821* (251,371)
Posição no 'Campeonato Brasileiro Série A' $t-1$		0,023 (0,123)		
Relação Dívidas/Receitas t		-0,873** (0,407)		-2,279** (1,035)
Tamanho $t-1$		1,918* (0,585)		4,858* (1,438)
Pontuação no 'Campeonato Brasileiro Série A' $t-1$				-0,028 (0,076)
Intercepto t	8,261* (0,642)	-25,788** (9,898)	46,084* (1,550)	-38,551 (23,949)
Observações	80	80	80	80
R ²	0,334	0,471	0,348	0,468
Teste F	39,09*	16,67*	41,62*	16,49*

Significância: 1% (*) e 5% (**). Entre parênteses consta o erro padrão.

Fonte: Elaboração própria.

5 Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo analisar o poder de mercado dos clubes de futebol brasileiros, identificando características associadas à concentração de receita e à relação dessa concentração com o desempenho esportivo. Para isso, foram analisados os clubes que participaram do Campeonato Brasileiro Série A entre os anos de 2018 e 2022. O poder de mercado foi mensurado por meio do IHH e categorizado a partir das perspectivas temporal, geográfica e de desempenho esportivo. Em seguida, foi analisado o efeito do IHH sobre o desempenho futuro dos clubes, mensurado pela posição e pontuação do Campeonato Brasileiro Série A do ano seguinte.

Os resultados indicam que a receita total dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro tem crescido nos últimos anos, bem acima do PIB brasileiro, o que evidencia a importância desse mercado para a economia nacional. No entanto, pode-se observar uma concentração de receitas em poucos clubes, o que pode prejudicar a longo prazo a sobrevivência e a competitividade de clubes menores. Em termos de categorização, não foi possível confirmar que a concentração de receita dos clubes brasileiros está se alterando nos últimos anos, embora uma análise qualitativa indique que em 2021 a razão entre as maiores e menores receitas operacionais dos clubes tenha apresentado o maior valor.

Geograficamente, a região Sudeste concentra os clubes com maior poder de mercado, o que pode ser justificado do ponto de vista econômico, por ser a região com maior poder aquisitivo do Brasil, a maior parte da população brasileira e os clubes com maior tradição em disputar o Campeonato Brasileiro Série A. Cabe aos gestores do futebol brasileiro implementar estratégias para o desenvolvimento do futebol em outras regiões do país, especialmente nas regiões Centro-Oeste e Norte.

Do ponto de vista do desempenho presente, foi observada uma associação entre poder de mercado e classificação nos principais campeonatos (Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil e Copa Libertadores da América). Embora essa associação já seja esperada devido ao incremento de receitas decorrentes de premiações, cotas de TV e engajamento de torcedores de clubes com desempenho superior, deve-se buscar formas de melhor distribuição de receitas, como ocorre em ligas como a Premier League (Inglaterra). Medidas como essa tendem a tornar a liga brasileira mais forte e competitiva, com o poder de mercado mais bem distribuído.

Por fim, a relação positiva entre o IHH e o desempenho futuro confirma que o poder de mercado dos clubes brasileiros está afetando a competitividade do futebol brasileiro e até do futebol sul-americano. A título de exemplificação, Flamengo-RJ e Palmeiras-SP, clubes com maior receita no período de 2018 a 2021, venceram várias edições do Campeonato Brasileiro Série A e da Copa Libertadores da América. Essa concentração de poder financeiro e esportivo está tornando o mercado futebolístico brasileiro cada vez mais concentrado, o que pode levar, a médio prazo, a uma "espanholização" do futebol brasileiro. Além das medidas estruturais já elencadas, cabe destacar que a gestão profissional dos clubes também é um fator determinante para que clubes que não disponham dos melhores desempenhos financeiros e esportivos possam reverter essa realidade.

A pesquisa foi limitada pela utilização apenas dos clubes que disputaram o Campeonato Brasileiro Série A a cada ano, o que representa uma pequena parcela dos clubes nacionais. É

sugerida, para pesquisas futuras, a inclusão de clubes que disputem as demais divisões do Campeonato Brasileiro, ou a comparação dos resultados dos clubes que disputaram o Campeonato Brasileiro Série A com seus pares de outros países da América do Sul ou América Latina.

Referências

- Andrade, R. P. (2012). *Consolidação de operadoras de planos de saúde no Brasil* (Mestrado em Gestão para a Competitividade). Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. <https://hdl.handle.net/10438/32262>
- Bottazzini, M. L., & Calado, R. D. (2011). Concentração do mercado ERP no Brasil. *Revista de Informática Aplicada*, 7(2), 15-23. <https://doi.org/10.13037/ria.vol7n2.1664>
- Brasil. (2021). *Lei n. 14.205, de 17 de setembro de 2021*. Altera a Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, para modificar as regras relativas ao direito de arena sobre o espetáculo desportivo. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 20 de setembro de 2021. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/Lei/L14205.htm.
- Campeão, P., Sanches, A. C., & Maciel, W. R. E. (2020). Mercado internacional de commodities: uma análise da participação do Brasil no mercado mundial de soja entre 2008 e 2019. *Desenvolvimento em Questão*, 18(51), 76-92. <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2020.51.76-92>
- Carvalho, A. X. Y., Coutinho, P. C., Oliveira, A. R., Britto, P. A. P., & Lustosa, P. R. (2015). Identificação de mercados geográficos e construção de indicadores de concorrência no setor portuário brasileiro. *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada*, 2092, 1-54. <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/4372>
- Carvalho, P. S., Sereia, V. J., & Camara, M. R. G. (2005). As exportações e a competitividade dos complexos madeireiro e papeleiro paranaenses. *Semina: Ciências Sociais e Humanas*, 26(1), 105-124. <https://doi.org/10.5433/1679-0383.2005v26n1p105>
- Coelho, A. C. D., & Aguiar, A. B. (2008). Relacionamento entre persistência do lucro residual e participação de mercado em firmas brasileiras de capital aberto. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 2(3), 3-18. <https://doi.org/10.11606/rco.v2i3.34710>
- Coelho, A. C. D., Aguiar, A. B., & Lopes, A. B. (2011). Relationship between abnormal earnings persistence, industry structure, and market share in Brazilian public firms. *Brazilian Administration Review*, 8(1), 48-67. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922011000100005>
- Eça, J. P. A., Timotio, J. G. M., & Leite Filho, G. A. (2018). O desempenho esportivo e a eficiência na gestão determinam o desempenho financeiro dos clubes de futebol

brasileiro? Uma análise com dados em painel. *Cuadernos de Administración*, 31(56), 137-161. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao.31-56.deegd>

Ernst & Young. (2019). *Impacto do futebol brasileiro*. Disponível em: https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201912/20191213172843_346.pdf.

Ernst & Young. (2022). *Levantamento financeiro dos clubes brasileiros 2021*. Disponível em: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/pt_br/topics/media-and-entertainment/ey-levantamento-financeiro-dos-clubes-brasileiros-2021.pdf.

Fávero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L., & Chan, B. L. (2009). *Análise de dados: modelagem multivariada para a tomada de decisões*. Rio de Janeiro: Campus.

Holanda, A. P. (2022). *Conexões sociopolíticas, planejamento tributário e elisão fiscal: evidências no Brasil*. (Doutorado em Administração e Controladoria). Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/66150>

Gonçalves, R. S., Mendes, R. C., Henriques, F. M., & Tavares, G. M. (2020). A influência do rendimento esportivo no desempenho econômico-financeiro: Uma análise com clubes de futebol brasileiros durante 2013-2017. *Contextus: Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 18. <https://doi.org/10.19094/contextus.2020.44392>

Levy, P. A. F. (2011). *Sports administration: an examination of the competitive balance concept through European and Brazilian domestic soccer leagues comparison*. (Mestrado em Administração de Empresas). Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. <https://hdl.handle.net/10438/8734>

Mourão, P. R., & Teixeira, J. S. (2015). *Gini playing soccer*. *Applied Economics*, 47(49), 5229-5246. <https://doi.org/10.1080/00036846.2015.1044650>

Naldi, M., & Flamini, M. (2014). The CR4 index and the interval estimation of the Herfindahl-Hirschman Index: an empirical comparison. *SSRN*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2448656>

Yurkiv, M. R. (2020). Examining the effects of competitive balance on attendance for European soccer. *Honors Capstones*, 507. <https://huskiecommons.lib.niu.edu/studentengagement-honorscapstones/507>

Pérez-González, B., Pérez-Espés, C., Barahona, V. C., & Ruiz, P. G. (2016). Estudo comparativo do balanço competitivo em cinco ligas de futebol europeias no período 2000-2015. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 6(1), 73-84. <http://revista.universo.edu.br/index.php?journal=gestaoesportiva&page=article&op=view&path%5B%5D=2712>

Souza, T. C., Andrade, S. F., & Cavalcante, A. L. (2019). Estrutura de concorrência e estratégia de preço no mercado brasileiro de aviação civil. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, 18(3), 565-588. <https://doi.org/10.18593/race.16444>



Triguero-Ruiz, F., & Avila-Cano, A. (2018). Measuring competitive balance in the major European soccer leagues. *Journal of Physical Education and Sport*, 18(3), 1335-1340. <https://doi.org/10.7752/jpes.2018.s3198>

Tevdovski, D., Madjoska, J., Jolakoski, P., Jovanovic, B., & Stojkoski, V. (2022). Firm profits and government activity: an empirical investigation. *Croatian Economic Survey*, 24(1). <https://hrcak.srce.hr/279217>

Wander, A. E., & Assunção, P. E. V. (2014). Estrutura de mercado do setor de sementes de arroz no Brasil. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, 31(1), 145-162. <http://dx.doi.org/10.35977/0104-1096.cct2014.v31.19452>